



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 1996

**Die Privatisierung des Öffentlichen: Zur Karriere des Gefühls und des Intimen in
den Massenmedien**

Imhof, Kurt

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-96196>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Imhof, Kurt. Die Privatisierung des Öffentlichen: Zur Karriere des Gefühls und des Intimen in den Massenmedien.

In: Neue Züricher Zeitung, 23 August 1996, n/a.

Elektronische Medien

**Die Privatisierung des Oeffentlichen
Ein beispielloser Umbruch innerhalb von 25 Jahren
Struktureller und kultureller Wandel**

Von Kurt Imhof *

Bis Anfang der sechziger Jahre gelangten private Gefuehlsaeusserungen nur in Form von Romanen, Nekrologen, Todesanzeigen und Gerichtsberichten ueber Kapitalverbrechen in die Schweizer Medien. Das Aufkommen des Boulevardjournalismus, der gesellschaftspolitische Wandel und schliesslich die Zulassung der Lokalradios bewirkten innerhalb einer relativ kurzen Zeit von 25 Jahren einen beispiellosen Boom von Gefuehlsaeusserungen im oeffentlichen Raum.

Die Oeffentlichkeit hat sich in der Schweiz in vergleichsweise kurzer Zeit radikal veraendert. Der Uebergang von der Ara der Parteizeitungen und des oeffentlichen Integrationsrundfunks zu einem ausdifferenzierten Mediensystem erfolgte in der Schweiz in den sechziger Jahren. Dies ist im europaeischen Vergleich ausserordentlich spaet. In Deutschland und Oesterreich beispielsweise war schon die Zwischenkriegszeit stark durch Forums- und Boulevardzeitungen gepraeagt. Vor dieser Wasserscheide der sechziger Jahre wurde der Kampf um die oeffentliche Meinung durch Weltanschauungsorgane bestritten, deren Redaktionen den intellektuellen Stab der Parteien und Verbaende bildeten. Die in diesen Zeitungen gefuehrte politische Auseinandersetzung gestaltete sich als virtuelle Versammlungskommunikation, weil die Redaktionen im Meinungsstreit sich wechselseitig als Pars pro toto des politischen Gegners wahrnahmen, in polemischem Diskurs aufeinander reagierten und politische Themen zu besetzen suchten. Die Rollen des Politikers und des Redaktors waren nur schwach ausdifferenziert.

Im Selbstverstaendnis der Redaktionen ist die Zeitung das Organ einer Gemeinschaft, das sowohl an der Front des Zeitgeschehens als auch an vorderster Front einer Auseinandersetzung mit den politischen Gegnern steht, einer Auseinandersetzung, an der potentiell alle Staatsbuerger teilnehmen. Diese Form der oeffentlichen Kommunikation schloss den Ausdruck von privaten Gefuehlen und persoelichen Vorlieben gaenzlich aus. Die oeffentliche Kommunikation war objektivistisch und politisch, d. h. auf Sachverhalte sowie Werte und Normen bezogen.

Wenn in den klassischen Parteiorganen Privates oeffentlich wurde, dann standen nur vier Textsorten zur Verfuegung: der Roman, die Gerichtsberichterstattung, die Todesanzeige und der Nachruf. In der Gerichtsberichterstattung erschien Privates nur als Darstellung von Motiven. In der Todesanzeige zeigten sich private Gefuehle der Trauer und der inneren Verbindung mit dem Verstorbenen bloss in hoch ritualisierter Form (Bibelzitate). Einzig der Nekrolog erlaubte es, einer oeffentlichen Person vorsichtig ganzheitlich, d. h. auch mit Bezug auf seine persoelichen Vorlieben, seine Familie und seine privaten Beziehungsnetze darzustellen.

Das Tabu des Privaten

An die Tabuisierung des Privaten im Oeffentlichen hielten sich auch die Forumszeitungen, d. h. die Generalanzeiger. Diese Medien bemuehten sich bis in die sechziger Jahre um eine moeglichst unparteiische Nachrichtenvermittlung und verstanden sich als Informationsboerse und Werbetraeger ihrer Region. Allerdings wurde hier das Tabu bereits bruechiger: Die Gerichtsberichterstattung bzw. die Darstellung von Verbrechen entpuppte sich als Einfallstor des Privaten im Oeffentlichen, indem zunehmend Abscheu gegenueber dem Taeter und der Tat und Empathie fuer das Opfer geaeussert wurden.

Seit den dreissiger Jahren hatte sich das Radio als Integrationsmedium mit oeffentlichem Auftrag jeglicher parteipolitischer oder konfessioneller Propaganda und dessen, "was die guten Sitten" verletzt, zu enthalten. Politisches Raisonement als solches fand im Radio nicht statt. Das foederalistische Radio musste (und muss) ueber dem Parteiengaenken stehen und praktizierte eine Kommunikationspolitik, die, abgestuetzt auf die Schweizerische Depeschagentur, das Weltgeschehen in streng objektivistischer Einstellung, gleichsam offizioes, wiedergab. Kulturpolitisch bewaehrte sich das Radio als Lehrmeister der Nation und erfuellte eine wichtige Funktion in der Foerderung des einheimischen Kunstschaessens. Als hoch akzeptiertes Monopolmedium konnte der Landessender auf jegliche Anbietung beim Publikum verzichten.

Am Anfang war der Tod . . .

Wenn man die kuenstlerischen Formen der Darstellung von Subjektivitaet im Roman, im Hoerspiel

und in der Musik ausser acht laesst - was im uebrigen deshalb legitim ist, weil die Oeffentlichkeit der Aufklaerung ohnehin zunaechst als literarische auf die Welt kommt -, dann ist die Kulturgeschichte des Privaten im Oeffentlichen zunaechst eine Geschichte des Todes, der Todestrauer sowie des Mordes und des Totschlags. Ueber den Tod wird das Private oeffentlich, und der Tod ist auch das Einfallstor fuer die beispiellose Intimisierung der Oeffentlichkeit. Das Morbide findet in der Boulevardzeitung "Blick", die in der deutschen Schweiz im Herbst 1959 zum erstenmal erscheint, sein eigentliches Medium und mit ihm auch das Entsetzen, die Abscheu und die Angst. Die staerksten Gefuehle eignen sich am besten, um in der sicheren Distanz des Zeitungslesers solch Privates nachempfinden zu koennen.

Von der Agora zum Kiosk

Es ist kaum ein Zufall, dass die Emanzipation des Privaten mit dem strukturellen und kulturellen Wandel der Oeffentlichkeit in den sechziger Jahren einhergeht. Der damalige Hoererschwind des Radios, die Karriere des Fernsehens und der Rueckgang der Parteizeitungen zugunsten der Forumsmedien und der Boulevardzeitung markierten das Ende einer stabilen Periode der Oeffentlichkeit. Gleichzeitig vergroesserte sich schlagartig die Abhaengigkeit der Medien vom Markterfolg. Im Rahmen eines intensiven Wettbewerbs um Reichweite und Beachtungsgrad sind seither im Printbereich starke Monopolisierungstendenzen unuebersehbar sowie eine der Weltanschauungspresse fremde Orientierung an Kaufkraftgruppen. Damit verbunden ist die Karriere von Special-Interest-Medien und die Zersplitterung oeffentlicher Kommunikation in einem staendig wachsenden Medienkiosk. Gleichzeitig veraenderten sich die einst politischen Selektionskriterien der Informations- und Kulturvermittlung grundlegend, indem sie sich an den Aufmerksamkeitsbeduerfnissen des Publikums orientierten. Diese Entwicklung stoesset nur noch bei wenigen auf Widerstand.

In den sechziger Jahren vollzog sich auch ein rascher Bedeutungsverlust des Radios zugunsten des Fernsehens, das gegen Ende dieses bewegten Jahrzehnts zum Objekt politischer Pressionen wurde. Es etablierte sich ein Dauerstreit um die Einhaltung des Konzessionsauftrags des oeffentlichen Fernsehens. Das Radio erhielt durch seinen Bedeutungsverlust und im Schatten der medienpolitischen Debatten um das Schweizer Fernsehen einen groesseren Freiraum, in dem es sich ein Stueck weit von seinem gouvernementalen Duktus emanzipierte.

Die Periode von den sechziger Jahren bis zur Etablierung der Lokalradios und der Karriere des Privatfernsehens in den achtziger Jahren ist fuer den Siegeszug des Privaten in der Oeffentlichkeit entscheidend. Denn erst mit der Dualisierung der elektronischen Medien in oeffentliche und private Institutionen im vergangenen Jahrzehnt schlaegt der Wandel der Oeffentlichkeit voll auf Radio und Fernsehen durch: Schlagartig nahm der Unterhaltungscharakter auch der elektronischen Medien zu. Generell verwandelte sich nun der gesamte Medienmarkt endgueltig von einem Verkaeuer- in einen Kaeufermarkt mit Wahlmoeglichkeit. Entsprechend orientieren sich auch das oeffentliche Radio und Fernsehen unter dem Diktat der Einschaltquoten an den Beduerfnissen des Publikums.

* Kurt Imhof ist Privatdozent und Oberassistent am Soziologischen Institut der Universitaet Zuerich. Der Text ist eine gekuerzte Fassung eines Referats, das er im Rahmen eines Kolloquiums der schweizerischen Landesphonothek auf dem Monte Verita in Ascona gehalten hat.

AA Auswaertige Autoren

227380, NZZ, 23.08.1996, Words: 1020, NO: 3KXUC

© GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH